



**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, HARGA,
PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS MEREK PENGGUNA KARTU INDOSAT
MENTARI DI DESA PAPRINGAN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

MUCHAMAD ALI KOTIB

NIM. 2009-11-077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2013**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, PROMOSI
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
PENGGUNA KARTU INDOSAT MENTARI DI DESA PAPRINGAN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2013

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Drs. H. TAUFIK, MS, MM
NIP. 19500411 198003 1 001

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

Drs. H. CHANAFI IBRAHIM, MM
NIS. 0610702010101004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

*Allah tidak akan mengubah nasib kaum
sebelum kaum itu sendiri yang akan mengubahnya.
(Q.S. Ar Ra'ad : 11)*

*Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang
yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa
derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang akan kamu kerjakan
(QS. Al Mujadilah : 11)*

PERSEMBAHAN :

Kupersembahkan karya ini kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang, terima kasih atas doa, dorongan dan kasih sayangnya
2. Saudaraku tersayang terima kasih atas motivasi dan doronganya
3. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA KARTU INDOSAT MENTARI DI DESA PAPRINGAN KUDUS”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Drs. H. Taufik, MS, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Chanafi Ibrahim MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.

5. Seluruh responden yang merupakan pengguna kartu Indosat Mentari di Desa Papringan Kudus yang telah berkenan mengisi angket (kuesioner) yang telah disebarkan.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan dan bantuan moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat adanya bagi para pembaca.

Kudus, 2013

MUCHAMAD ALI KOTIB
NIM. 2009-11-077

ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 : 2013

- A. Nama Penyusun : MUCHAMAD ALI KOTIB
- B. Judul Skripsi : PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA KARTU INDOSAT MENTARI DI DESA PAPRINGAN KUDUS
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 86, Tabel 14, Gambar 2
- D. Ringkasan

Di era persaingan yang semakin ketat ini, banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, antara lain dengan memperhatikan kepuasan konsumen, kualitas jasa layanan terhadap konsumen, citra produk maupun perusahaan, dan kecilnya rintangan untuk berpindah. Kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh ketanggapan, jaminan, empati, dan keandalan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen sangat dipengaruhi oleh manfaat inti dari produk, produk dasar, produk yang dapat memenuhi harapan konsumen, produk yang ditingkatkan, produk potensial, dan minat konsumen sendiri sendiri terhadap produk tersebut.

Berdasarkan hal tersebut maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen, harga, promosi, kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas merek pengguna kartu Indosat Mentari di Desa Papringan Kudus baik secara parsial maupun berganda? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen, harga, promosi, kualitas layanan berpengaruh secara berganda terhadap loyalitas merek pengguna kartu Indosat Mentari di Desa Papringan Kudus.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, harga, promosi, kualitas layanan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas merek. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 98 responden, dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan metode pendukung, pengolahan datanya meliputi : *coding, editing, tabulating*, dan proses memasukkan data ke komputer. Uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas. Analisis datanya dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis meliputi uji t dan uji F, kemudian dilanjut dengan koefisien determinasi.

Pengaruh variabel kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan terhadap loyalitas merek produk pengguna dengan menggunakan Analisis Regresi dengan uji t (parsial) dan uji F (simultan) diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan terhadap loyalitas merek pengguna kartu indosat mentari di Desa Papringan Kudus secara parsial yang didasarkan pada hasil pengujian diperoleh variabel kepuasan konsumen nilai t_{hitung} sebesar 2,960, harga nilai t_{hitung} sebesar 3,020, promosi nilai t_{hitung} sebesar 2,849 dan kualitas layanan merek nilai t_{hitung} sebesar 3,075 dari keempat variabel tersebut memiliki nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,662, dan tingkat signifikan di bawah 0,05, namun demikian masih terdapat keluhan dari konsumen terutama terkait dengan kepuasan konsumen produk pengguna kartu indosat mentari yang terus mengalami kenaikan setiap adanya produk baru, selain itu juga masalah garansi yang dirasakan terlalu pendek hanya 1 (satu) tahun.
2. Secara berganda keempat variabel independen yaitu: kepuasan konsumen, harga, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek pengguna kartu indosat mentari di Desa Papringan Kudus yang didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 177,048 $>$ F_{tabel} sebesar 2,470 dan memiliki nilai signifikan di bawah 0,05, sedangkan kontribusi keempat variabel tersebut terhadap loyalitas merek memberikan kontribusi sebesar 87,9%, namun secara keseluruhan penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen, harga, kualitas dan kualitas layanan dirasakan sudah baik.

E. Daftar Buku yang digunakan : 33 (tahun 2000 – 2010).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Loyalitas Merek	8
2.1.1. Definisi Loyalitas Merek	8
2.1.2. Ciri-ciri Loyalitas Merek pada Konsumen	10
2.1.3. Dimensi Loyalitas Merek	11
2.2. Kepuasan Konsumen	13
2.2.1. Definisi Kepuasan Konsumen	13

	Halaman
2.2.2. Elemen Kepuasan Konsumen	14
2.2.3. Hal-Hal yang diukur dalam Kepuasan Konsumen.....	16
2.3. Harga	17
2.3.1. Pengertian Harga	17
2.3.2. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga	19
2.4. Promosi	21
2.4.1. Pengertian Promosi	21
2.4.2. Tujuan Promosi	22
2.4.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	23
2.5. Kualitas Layanan	27
2.5.1. Pengertian Kualitas Layanan	27
2.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.8. Hubungan antar Variabel	36
2.8.1. Hubungan antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek	36
2.8.2. Hubungan antara Harga terhadap Loyalitas Merek ...	37
2.8.3. Hubungan antara Promosi terhadap Loyalitas Merek.	37
2.8.4. Hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek	38
2.9. Hipotesis	38

	Halaman
BAB. III. METODE PENELITIAN	40
3.1. Rancangan Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	40
3.2.1. Macam Variabel	40
3.2.1.1. Variabel Dependen	40
3.2.1.2. Variabel Independen	41
3.2.2. Definisi Operasional	41
3.3. Jenis dan Sumber Data	43
3.4. Populasi dan Sampel	44
3.5. Pengumpulan Data	46
3.6. Pengolahan Data	46
3.7. Uji Instrumen	47
3.8. Analisis Data	48
3.8.1. Deskriptif	48
3.8.2. Statistik	49
3.8.2.1. Analisis Regresi Berganda	49
3.8.2.2. Uji Hipotesis	50
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
4.1.1. Gambaran Umum Indosat Mentari	53
4.1.2. Gambaran Umum Desa Papringan Kabupaten Kudus	54
4.2. Uji Instrumen Data	54
4.2.1. Uji Validitas	54

	Halaman
4.2.2. Uji Reliabilitas	56
4.3. Penyajian Data	57
4.3.1. Identitas Responden	57
4.3.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
4.3.2.1. Penjelasan Responden terhadap Kepuasan Konsumen	59
4.3.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan.	60
4.3.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Harga	62
4.3.2.4. Tanggapan Responden Mengenai Promosi ..	64
4.3.2.5. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan	66
4.3.2.6. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek	67
4.4. Analisis Data	69
4.4.1. Model Persamaan Regresi	69
4.4.1.1. Uji t test (parsial)	71
4.4.1.2. Uji F (berganda)	74
4.4.1.3. Koefisien Determinasai (<i>Adjusted R Square</i>)	75
4.5. Pembahasan Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek...	76

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran-saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	33
3.1. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	41
4.1. Hasil Pengujian Validitas	55
4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	51
4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	58
4.5. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.6. Frekuensi Variabel Kualitas Produk	61
4.7. Tanggapan Responden Mengenai Harga	63
4.8. Tanggapan Responden Mengenai Promosi	65
4.9. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan	66
4.10. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek	68
4.11. Hasil Regresi	69
4.12. (Dengan Signifikansi $\alpha = 5\%$ uji satu sisi)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
4.1. Kerangka Penerapan Teoritis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Pengguna Kartu Indosat Mentari di Desa Papringan Kudus	81

